

**令和2年度「地方創生推進交付金」事業
(万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業)
効果検証**

**令和3年8月
香芝市都市経営市民会議**

地方創生推進交付金事業 効果検証シート【総括】

凡例

事業執行年度		年度～ 年度(箇年)	
事業名			
目的			
事業概要(結果)	平成28年度	当初計画額	実績額
	本事業の目的および計画期間全体の結果等を記載しています。		
	平成29年度	当初計画額	実績額
	平成30年度	当初計画額	実績額
	令和元年度	当初計画額	実績額
	令和2年度	当初計画額	実績額

本事業における重要業績評価指標(KPI)と実績

重要業績評価指標(KPI)	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	KPIの達成状況・評価等
	目標値(上段)	目標値(上段)	目標値(上段)	目標値(上段)	目標値(上段)	
	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	
①						
②	本事業に対し設定していた評価指標と実績値、および計画期間全体の評価等を記載しています。					
③						

総合戦略で関連する施策・KPI

基本目標								
施策	平成27年度に策定した総合戦略の中で、							
KPI	H2	本事業に関連する評価指標を記載しています。			R1	R2	→	R2(目標値)

本事業の評価

本事業の効果	外部有識者による評価	
	事業の評価	外部有識者からの意見
<input type="checkbox"/> 地方創生に非常に効果的であった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に非常に有効であった	
<input type="checkbox"/> 地方創生に相当程度効果があった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった	
<input type="checkbox"/> 地方創生に効果があった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	
<input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に全く有効とは言えない	

本事業の総括(総合評価・今後の展望等)

委員の皆様には、「総合戦略のKPI達成に有効であったか」の評価、及びご意見を頂戴たく存じます。

本事業における計画期間全体の評価および今後の展望等を記載しています。

地方創生推進交付金事業 効果検証シート【総括】

事業執行年度		平成28年度～令和2年度(5箇年)			
事業名	万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業 (単独)				
目的	香芝市は、都市圏へのアクセスの良さから従来よりベッドタウンとして発展してきた反面、市内の観光資源や文化資源に目を向けることが少なかった。また、住民の生産活動や消費活動の多くが市外や県外で行われていることや、地域内の歴史・文化への関心が低く、郷土愛が育みづらい環境であることも大きな課題の一つであった。そこで、「万葉」をテーマに、奈良県香芝市、王寺町、三郷町、大阪府柏原市の4自治体が広域で連携し、各自体内に点在する観光資源をルートで結び、広域な観光エリアとして地域内外からの交流人口を増加させることで、地域の活性化と消費活動の促進を図っていく。観光ルートや観光スポットの整備を行い、観光資源の活用につなげることで、エリア全体の価値を高め、まちの魅力、認知度を高め、まちの賑わい創出から商工力・観光力の向上、消費拡大へとつなげることが目的である。				
事業概要(結果)	平成28年度	当初計画額	1,000,000円	実績額	996,983円
	平成28年12月27日 プロポーザル審査による委託業者決定。 5年計画の初年度は、万葉ロマンの地現地調査における観光ルート整備事業計画を策定。 ・現況整理 現地調査、資料収集、テーマ案の抽出・整備方針の提案 ロゴマークの作成、事業展開方策の検討 ・整備計画の策定 観光ルートの設定、プロモーション方策の検討				
	平成29年度	当初計画額	3,000,000円	実績額	2,636,450円
	・2市2町広域観光ルート整備推進協議会負担金 平成29年9月27日 プロポーザル審査による委託業者の選定 (広域観光ルート事業実施計画の作成、プロモーション方策の検討・実施、等) ・観光ルート整備 平成29年9月 入札によるどんづる峯遊歩道整備設計の業者選定 (平成30年2月に設計完了) 平成30年3月 万葉集歌碑設置				
	平成30年度	当初計画額	5,250,000円	実績額	4,953,131円
	・2市2町広域観光ルート整備推進協議会負担金 平成30年6月5日 プロポーザル審査による委託業者の選定 (ウォーキングモデルツアー開催、観光MAP作成、ホームページの拡充) ・どんづるぼう整備工事 平成30年7月4日入札により工事業者決定・契約(工期:平成30年7月4日～10月31日) ・ウォーキングイベント 平成30年11月18日 香芝ウォーク開催				
令和元年度	当初計画額	750,000円	実績額	436,869円	
令和2年1月13日(月・祝) 2市2町観光PR公開ラジオ収録イベント(柏原市 リビエールホール) 令和2年1月10日～3月31日 スタンプラリー実施 令和2年3月20日(金・祝) 2市2町周遊ウォークイベント&ラジオ公開生放送は新型コロナウイルスのため中止					
令和2年度	当初計画額	750,000円	実績額	738,675円	
・YouTuberを起用した映像制作 元アーティストックスイミング日本代表の青木愛氏による2市2町の観光地巡り動画を制作し、YouTuberに掲載した。12月下旬に公開したが、再生回数は3月中旬時点で27,112回を記録した。 ・大奈ウォーク公式ガイドマップ制作 平成30年度に制作したガイドマップを、令和2年度に日本遺産として認定された葛城修験の構成文化財の紹介を中心に編集を行い、20,000部発刊した。					

本事業における重要業績評価指標(KPI)と実績

重要業績評価指標(KPI)	平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		KPIの達成状況・評価等
	目標値(上段)	実績値(上段)	目標値(上段)	実績値(上段)	目標値(上段)	実績値(上段)	目標値(上段)	実績値(上段)	目標値(上段)	実績値(上段)	
	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	実績値(下段)	
① JR駅(王寺、三郷、河内堅上、高井田、志都美、香芝)・近鉄(王寺、新王寺、信貴山下、勢野北口、関谷、二上山、河内国分)(JR・近鉄)の利用者数(定期外)【単年度値】	19,227人	19,757人	20,288人	20,838人	21,408人	全年度において目標値の約8割の達成率であった。					
	17,065人	16,916人	16,796人	16,730人	16,148人						
② 整備エリア内ウォーキング人数【単年度値】	53,000人	61,000人	69,000人	78,000人	88,000人	全年度において目標値を達成できなかった。特に令和2年度については新型コロナウイルス感染症の影響により、前年を下回る実績となった。					
	2,930人	52,335人	54,045人	67,185人	45,875人						
③ 整備エリアの観光ウォーキングツアーでの宿泊者数【単年度値】	31,200人	38,400人	45,600人	53,100人	60,900人	初年度は目標値を大きく上回ったが、それ以降は目標値を達成できなかった。特に令和2年度については新型コロナウイルス感染症の影響により低迷した。					
	36,198人	33,368人	34,410人	31,758人	19,824人						

総合戦略で関連する施策・KPI

基本目標	2 香芝への新しいひとの流れをつくる										
施策	7 地域ブランド力の向上										
KPI	香芝市に魅力を感じる人の割合(%)	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	→	R2(目標値)
		—	—	—	67	99	99	99	98		99

本事業の評価

本事業の効果	外部有識者による評価	
	事業の評価	外部有識者からの意見
<input type="checkbox"/> 地方創生に非常に効果的であった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に非常に有効であった	
<input checked="" type="checkbox"/> 地方創生に相当程度効果があった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった	
<input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	
<input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に全く有効とは言えない	

本事業の総括(総合評価・今後の展望等)

<p>平成28年度から平成30年度は、観光ルートの整備や、プロモーション方策・ロゴ・観光MAP・ホームページなどを制作し、今後のイベントやプロモーションのための基礎づくりを行った。</p> <p>令和元年度から令和2年度は、平成30年度までに整備した観光ルートやツール等を活用し、イベントやプロモーションを実施した。</p> <p>KPIは全年度の各項目にわたって目標値を上回ることが少なかったが、令和2年度に実施したYouTuberを起用したプロモーションにおいては、3月中旬時点で27,112回再生を記録するなど、2市2町を周遊するウォーキングルート「大奈ウォーク」の認知度向上は一定程度図れたものと考えられる。</p> <p>今後の展望については、従来は2市2町の「地域の観光力」「地域の商工力」「地域の健康力」の推進を目的としていたが、「地域の観光プロモーション等」の推進に特化し、2市2町での広域連携は維持したまま、各市町の観光情報等の発信・交換・調整を行う。</p>
